

RECOMMANDATION DU CONSEIL RELATIVE AUX LIGNES DIRECTRICES RÉGISSANT LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LE CONTEXTE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Les lois, politiques et pratiques concernant les consommateurs limitent les comportements frauduleux, trompeurs et déloyaux. Ces protections sont indispensables pour susciter la confiance des consommateurs et établir une relation plus équilibrée entre entreprises et consommateurs dans les transactions commerciales.

Étant donné la nature intrinsèquement internationale des réseaux numériques et des technologies informatiques, qui forment l'espace marchand électronique, il est nécessaire d'aborder la protection des consommateurs d'un point de vue global, en tant qu'élément d'un cadre juridique et d'autorégulation transparent et prévisible pour le commerce électronique. L'environnement des réseaux mondiaux pose un défi à chaque pays ou juridiction quant à sa capacité de traiter convenablement les problèmes liés à la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique. Des politiques nationales hétérogènes peuvent faire obstacle à l'expansion du commerce électronique, et de ce fait, c'est par le biais de consultations et d'une coopération internationale que ces problèmes de protection des consommateurs peuvent être traités de la façon la plus efficace. Les gouvernements des pays Membres de l'OCDE ont reconnu que des approches coordonnées au plan international peuvent être requises pour échanger des informations et s'entendre d'une façon générale sur la manière d'aborder ces problèmes.

Les gouvernements sont mis au défi de contribuer à faciliter un développement social et une croissance économique fondés sur les toutes nouvelles technologies des réseaux, et d'offrir à leurs ressortissants une protection des consommateurs efficace et transparente dans le commerce électronique. Il existe un éventail de lois protégeant les consommateurs et qui encadrent les pratiques commerciales. Nombre de pays Membres de l'OCDE ont entrepris de réexaminer leurs lois et pratiques en matière de protection des consommateurs afin de déterminer s'il est nécessaire de leur apporter des modifications pour intégrer les aspects originaux du commerce électronique. Les pays Membres examinent également les moyens par lesquels les efforts d'autorégulation peuvent contribuer à assurer une protection efficace et équitable des consommateurs dans ce contexte. La réalisation de ces objectifs nécessite les éclairages et les contributions de l'ensemble de la société civile et toutes ces initiatives devraient s'inscrire dans une action globale de coopération, associant les gouvernements, les entreprises, les consommateurs et leurs représentants.

En avril 1998, le Comité de la politique à l'égard des consommateurs de l'OCDE a entrepris d'élaborer un ensemble de lignes directrices générales en vue de protéger les consommateurs participant au commerce électronique sans créer d'obstacles aux échanges. Ces lignes directrices constituent une recommandation adressée aux gouvernements, aux entreprises, aux consommateurs et à leurs représentants, quant aux caractéristiques essentielles d'une protection efficace des consommateurs pour le commerce électronique. Toutefois, aucune de leurs dispositions n'interdit à une partie d'aller au-delà de ces lignes directrices, ni n'empêche les pays Membres de conserver ou d'adopter des dispositions plus

rigoureuses pour protéger les consommateurs en ligne. L'objet des Lignes directrices est notamment de fournir à la fois un cadre et un ensemble de principes pour aider :

- i) Les Gouvernements à revoir, formuler et mettre en oeuvre des politiques, des pratiques et des réglementations - si nécessaire - pour la protection des consommateurs et la mise à exécution des dispositions en la matière, afin de protéger efficacement les consommateurs dans le cadre du commerce électronique ;
- ii) Les associations professionnelles, les groupements de consommateurs et les organismes d'autorégulation, en donnant des orientations sur les caractéristiques essentielles d'une protection efficace des consommateurs qui devraient être prises en compte dans l'examen, la formulation et la mise en oeuvre de mécanismes d'autorégulation dans le contexte du commerce électronique ; et
- iii) Individuellement les entreprises et les consommateurs qui pratiquent le commerce électronique en leur donnant des indications claires sur les caractéristiques essentielles des informations et des pratiques commerciales loyales que les entreprises devraient proposer et que les consommateurs devraient escompter dans le contexte du commerce électronique.

A la lumière de ce qui précède,

LE CONSEIL,

Vu l'article 5 b) de la Convention relative à l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques en date du 14 décembre 1960 ;

Vu la Déclaration des Ministres relative à la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique du 8-9 octobre 1998 [C(98)177 (Annexe 2)] ;

Vu la Recommandation du Conseil concernant les lignes directrices régissant la protection de la vie privée et les flux transfrontières de données de caractère personnel du 23 septembre 1980 [C(80)58(Final)] et la Déclaration des Ministres relative à la protection de la vie privée sur les réseaux mondiaux du 8-9 octobre 1998 [C(98)177 (Annexe 1)] ;

Vu la Déclaration des Ministres relative à l'authentification pour le commerce électronique du 8-9 octobre 1998 [C(98)177 (Annexe 3)] ;

Vu la Recommandation du Conseil concernant les lignes directrices régissant la sécurité des systèmes d'information du 26-27 novembre 1992 [C(92)188/FINAL] et la Recommandation du Conseil relative aux lignes directrices de l'OCDE régissant la politique de cryptographie du 27 mars 1997 [C(97)62/FINAL] ;

Reconnaissant que le commerce électronique peut procurer aux consommateurs des avantages nouveaux et importants, notamment en termes de commodité, d'accès à un large éventail de biens et de services et de possibilité de rassembler et comparer des informations sur ces biens et services ;

Reconnaissant que certaines caractéristiques particulières du commerce électronique, comme la facilité et la rapidité avec lesquelles les entreprises et les consommateurs peuvent communiquer sur les produits et services et engager des transactions transfrontières, peuvent créer des situations commerciales nouvelles peu connues des consommateurs et qui peuvent menacer leurs intérêts et qu'il est donc de plus en plus important que les consommateurs et les entreprises soient informés et conscients de leurs droits et obligations relatifs au marché électronique ;

Reconnaissant que les règles en matière de droit applicable et de compétence juridictionnelle dans le contexte de la protection du consommateur pourraient avoir des incidences sur un large éventail de questions relatives au commerce électronique, tout comme les règles en matière de droit applicable et de compétence juridictionnelle dans d'autres contextes pourraient avoir des incidences sur la protection du consommateur ;

Reconnaissant que la confiance des consommateurs dans le commerce électronique est renforcée par le développement constant de mécanismes efficaces et transparents de protection des consommateurs, qui limitent la présence en ligne de comportements commerciaux frauduleux, trompeurs ou déloyaux ; et

Considérant que les réseaux mondiaux devraient être ouverts et accessibles à tous les consommateurs ;

Considérant que les gouvernements, les entreprises, les consommateurs et leurs représentants devraient consacrer une attention particulière à la mise en place de systèmes de recours transfrontières efficaces.

RECOMMANDE QUE LES PAYS MEMBRES :

prennent les mesures nécessaires pour mettre en oeuvre les sections pertinentes des Lignes directrices contenues dans l'Annexe à la présente Recommandation ;

diffusent largement les Lignes directrices à tous les ministères et organismes gouvernementaux concernés, aux entreprises participant au commerce électronique, aux représentants des consommateurs, aux médias, aux institutions du secteur de l'enseignement et aux autres groupes d'intérêt général concernés ;

encouragent les entreprises, les consommateurs et leurs représentants à contribuer activement à promouvoir la mise en oeuvre des Lignes directrices, aux niveaux international, national et local ;

encouragent les gouvernements, les entreprises, les consommateurs et leurs représentants à participer à l'élaboration et à l'examen des recommandations qui résulteront des examens en cours des règles en matière de droit applicable et de compétence juridictionnelle ;

invitent les pays non membres à prendre en compte les dispositions de la présente Recommandation lorsqu'ils réexaminent leurs politiques, initiatives et réglementations à l'égard des consommateurs ;

tiennent des consultations, coopèrent et facilitent l'échange d'informations entre eux-mêmes et avec les pays non membres, les entreprises, les consommateurs et leurs représentants, au niveau tant national qu'international, pour protéger efficacement les consommateurs dans le contexte du commerce électronique conformément aux Lignes directrices ;

mettent en oeuvre les Lignes directrices de façon à encourager l'élaboration de nouveaux modèles d'entreprise et de nouvelles applications technologiques qui profitent aux consommateurs, et encouragent les consommateurs à tirer parti de tous les outils disponibles pour renforcer leur position d'acheteur ; et

CHARGE le Comité de la politique à l'égard des consommateurs d'échanger des informations sur l'état d'avancement et les résultats obtenus dans la mise en oeuvre de la présente Recommandation, d'examiner ces informations et de faire rapport au Conseil en 2002 ou avant et, s'il y a lieu, par la suite.

ANNEXE

LIGNES DIRECTRICES

PREMIERE PARTIE CHAMP D'APPLICATION

Les présentes Lignes directrices ne s'appliquent qu'au commerce électronique entre entreprises et consommateurs et non aux transactions d'entreprise à entreprise.

DEUXIEME PARTIE PRINCIPES GENERAUX

I. PROTECTION TRANSPARENTE ET EFFICACE

Les consommateurs qui prennent part au commerce électronique devraient bénéficier d'une protection transparente et efficace d'un niveau au moins équivalent à celui de la protection assurée dans d'autres formes de commerce.

Les gouvernements, les entreprises, les consommateurs et leurs représentants devraient collaborer pour assurer une telle protection et déterminer quels sont les éventuels changements nécessaires pour prendre en compte les particularités du commerce électronique.

II. LOYAUTE DES PRATIQUES EN MATIERE DE COMMERCE, DE PUBLICITE ET DE MARKETING

Les entreprises qui prennent part au commerce électronique devraient prendre dûment en considération les intérêts des consommateurs et agir de façon loyale dans leurs pratiques en matière de commerce, de publicité et de marketing.

Les entreprises ne devraient pas faire de déclarations ou d'omissions, ni s'engager dans des pratiques quelconques, susceptibles d'être mensongères, trompeuses, frauduleuses ou déloyales.

Les entreprises qui assurent la vente, la promotion ou le marketing de biens ou de services auprès des consommateurs ne devraient pas s'engager dans des pratiques de nature à entraîner un risque excessif de préjudice pour les consommateurs.

Lorsque des entreprises rendent disponibles des informations les concernant ou concernant des biens et services qu'elles offrent, celles-ci devraient présenter ces informations de façon claire, visible, exacte et facilement accessible.

Les entreprises devraient agir conformément aux éventuelles déclarations qu'elles font au regard des politiques ou pratiques relatives à leurs transactions avec les consommateurs.

Les entreprises devraient tenir compte du caractère mondial du commerce électronique et, chaque fois que possible, prendre en considération les diverses caractéristiques réglementaires des marchés qu'elles ciblent.

Les entreprises ne devraient pas exploiter les spécificités du commerce électronique pour dissimuler leur véritable identité ou localisation ou pour éviter d'avoir à se conformer à des normes de protection des consommateurs et/ou à des mécanismes d'application.

Les entreprises devraient ne pas utiliser des clauses contractuelles abusives.

La publicité et le marketing devraient être clairement reconnaissables comme tels.

Dans la publicité et le marketing, l'identité de l'entreprise pour laquelle s'effectue cette publicité ou ce marketing devrait être indiquée lorsque l'absence d'identification serait trompeuse.

Les entreprises devraient pouvoir apporter la justification de toute déclaration, implicite ou explicite, tant que celle-ci est maintenue, et conserver cette justification pendant un délai raisonnable par la suite.

Les entreprises devraient mettre au point et appliquer des procédures efficaces et faciles à utiliser qui donnent aux consommateurs la possibilité d'accepter ou de refuser de recevoir des messages électroniques commerciaux non sollicités.

Lorsque les consommateurs ont indiqué qu'ils ne souhaitent pas recevoir de tels messages électroniques commerciaux non sollicités, ce choix devrait être respecté.

Dans un certain nombre de pays, le courrier électronique commercial non sollicité doit répondre à des règles juridiques ou d'autorégulation spécifiques.

Les entreprises devraient prendre un soin tout particulier dans la publicité ou le marketing destiné aux enfants, aux personnes âgées, aux personnes gravement malades et à tous ceux qui peuvent ne pas être en mesure de comprendre pleinement les informations qui leur sont présentées.

III. INFORMATIONS EN LIGNE

A. INFORMATIONS RELATIVES A L'ENTREPRISE

Les entreprises engagées dans des activités de commerce électronique avec les consommateurs devraient fournir des informations exactes, claires et facilement accessibles les concernant, qui soient suffisantes pour permettre, au minimum :

- i) l'identification de l'entreprise - notamment la raison sociale et le nom commercial de l'entreprise, l'adresse géographique de l'établissement principal, son adresse électronique ou les autres moyens permettant de la contacter par voie électronique ou son numéro de téléphone ; et, le cas échéant, une adresse aux fins d'enregistrement et tout numéro utile d'enregistrement ou de licence officiel ;
- ii) une communication rapide, aisée et efficace avec l'entreprise ;
- iii) un règlement approprié et efficace des litiges ;
- iv) la signification des actes de procédure ; et
- v) la localisation de l'entreprise et de ses administrateurs par les autorités en charge de la réglementation et du contrôle de l'application des lois

Lorsqu'une entreprise fait connaître son appartenance à un mécanisme d'autorégulation, à une association professionnelle, à une organisation de règlement des litiges ou à tout autre organisme de certification pertinent, celle-ci devrait fournir aux consommateurs les coordonnées adéquates et un moyen aisé de vérifier cette appartenance et d'accéder aux codes et pratiques applicables de l'organisme de certification.

B. INFORMATIONS SUR LES BIENS OU SERVICES

Les entreprises qui prennent part au commerce électronique avec les consommateurs devraient fournir des informations exactes et facilement accessibles qui décrivent les biens ou services offerts, qui soient suffisantes pour permettre aux consommateurs de décider en connaissance de cause de s'engager ou non dans la transaction et présentées d'une manière permettant aux consommateurs d'en conserver une trace appropriée.

C. INFORMATIONS SUR LA TRANSACTION

Les entreprises qui prennent part au commerce électronique devraient fournir des informations suffisantes sur les modalités, les conditions et les coûts associés à la transaction pour permettre aux consommateurs de décider en toute connaissance de cause de s'engager ou non dans la transaction.

Ces informations devraient être claires, exactes, facilement accessibles, et fournies de façon à offrir au consommateur une possibilité adéquate de les examiner avant de s'engager dans la transaction.

Lorsque la transaction peut s'effectuer dans plus d'une langue, les entreprises devraient rendre disponibles dans ces mêmes langues toutes les informations nécessaires pour permettre aux consommateurs de prendre une décision au regard de la transaction en connaissance de cause.

Les entreprises devraient fournir aux consommateurs un texte clair et complet des modalités et conditions de la transaction de façon à permettre aux consommateurs d'accéder à ces informations et d'en garder une trace appropriée.

Selon les besoins et si cela est approprié compte tenu de la transaction, ces informations devraient comprendre les éléments suivants :

- i) le détail de l'ensemble des coûts perçus et/ou imposés par l'entreprise ;
- ii) l'indication de l'existence d'autres coûts normalement dus par le consommateur, non perçus par l'entreprise et/ou non imposés par celle-ci ;
- iii) les conditions de livraison ou d'exécution ;
- iv) les modalités, conditions et modes de paiement ;
- v) les restrictions, limitations ou conditions liées à l'achat, telles que l'accord obligatoire du parent ou du tuteur, ou les restrictions géographiques ou dans le temps ;
- vi) le mode d'emploi et notamment les mises en garde relatives à la sécurité et à la santé ;
- vii) les renseignements relatifs au service après-vente disponible ;
- viii) le détail et les modalités en matière de rétractation, dénonciation, renvoi, échange, annulation et/ou remboursement ;et
- ix) les dispositions en matière de garantie commerciale et autres ;

Toutes les informations faisant référence à des coûts devraient indiquer la monnaie utilisée.

IV. PROCESSUS DE CONFIRMATION

Pour éviter toute ambiguïté concernant les intentions d'achat du consommateur, celui-ci devrait pouvoir, avant de conclure l'achat, identifier précisément les biens et services qu'il souhaite acheter, identifier et rectifier toute erreur éventuelle ou modifier la commande, exprimer son consentement éclairé et avisé à l'achat, et conserver une trace complète et exacte de la transaction.

Le consommateur devrait pouvoir interrompre la transaction avant de conclure l'achat.

V. PAIEMENT

Les consommateurs devraient pouvoir disposer de mécanismes de paiement sûrs et faciles à utiliser, ainsi que d'informations sur le niveau de sécurité assuré par ces mécanismes.

Les limitations de responsabilité en cas d'utilisation non autorisée ou frauduleuse des systèmes de paiement, et les mécanismes de remboursement sont des outils puissants pour renforcer la confiance des consommateurs, et il conviendrait d'encourager leur élaboration et leur utilisation dans le contexte du commerce électronique.

VI. REGLEMENT DES LITIGES ET RECOURS

A. DROIT APPLICABLE ET COMPETENCE JURIDICTIONNELLE

Les transactions transfrontières entre entreprises et consommateurs, qu'elles soient menées par voie électronique ou autres, sont soumises au cadre existant en matière de droit applicable et de compétence juridictionnelle.

Le commerce électronique pose des défis au cadre existant. Il conviendrait donc d'examiner si le cadre existant régissant le droit applicable et la compétence juridictionnelle devrait être modifié, ou appliqué différemment, pour assurer une protection efficace et transparente des consommateurs dans le contexte de la poursuite de l'expansion du commerce électronique.

En examinant s'il convient de modifier le cadre existant, les gouvernements devraient s'efforcer de faire en sorte que le cadre soit équitable pour les consommateurs et les entreprises, qu'il facilite le commerce électronique, qu'il conduise à assurer aux consommateurs un niveau de protection au moins équivalent à celui que procurent d'autres formes de commerce, et qu'il donne aux consommateurs un accès effectif à des voies de règlement des litiges et de recours justes et rapides, sans charge ni coût indu.

B. VOIES ALTERNATIVES DE REGLEMENT DES LITIGES ET DE RECOURS

Les consommateurs devraient disposer d'un accès effectif à des voies alternatives de règlement des litiges et de recours, sans charge ni coût indu.

Les entreprises, les représentants des consommateurs et les gouvernements devraient oeuvrer ensemble pour continuer à utiliser et à mettre au point des politiques et procédures d'autorégulation et autres, qui soient équitables, efficaces et transparentes, notamment des mécanismes alternatifs de règlement des litiges, pour traiter les réclamations des consommateurs et résoudre les litiges suscités par le commerce électronique entre entreprises et consommateurs, en prêtant une attention particulière aux transactions transfrontières.

- i) Les entreprises et les représentants des consommateurs devraient continuer à établir des mécanismes internes équitables, efficaces et transparents pour traiter les réclamations et difficultés des consommateurs et y apporter des réponses de manière équitable et avec diligence, et sans charge ni coût indu pour les consommateurs. Les consommateurs devraient être encouragés à utiliser ces mécanismes.
- ii) Les entreprises et les représentants des consommateurs devraient continuer à établir des programmes conjoints d'autorégulation destinés à traiter les réclamations des consommateurs et à aider ces derniers à résoudre les litiges suscités par le commerce électronique entre entreprises et consommateurs.
- iii) Les entreprises, les représentants des consommateurs et les gouvernements devraient oeuvrer ensemble pour continuer à donner aux consommateurs le choix de mécanismes alternatifs de règlement des litiges qui assurent un règlement efficace du litige d'une manière équitable et rapide, et sans charge ni coût indu pour le consommateur.

- iv) Pour la mise en oeuvre de ce qui précède, les entreprises, les représentants des consommateurs et les gouvernements devraient utiliser de façon innovante les technologies de l'information et en tirer parti pour renforcer la sensibilisation et la liberté de choix des consommateurs.

Par ailleurs, des études complémentaires sont nécessaires pour atteindre, au niveau international, les objectifs visés à la section VI.

VII. PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE

Les activités de commerce électronique entre entreprises et consommateurs devraient être menées en conformité avec les principes reconnus de protection de la vie privée énoncés dans les Lignes directrices de l'OCDE régissant la protection de la vie privée et les flux transfrontières de données de caractère personnel (1980) et en tenant compte de la Déclaration des Ministres relative à la protection de la vie privée sur les réseaux mondiaux (1998), de manière à garantir une protection appropriée et efficace des consommateurs.

VIII. EDUCATION ET SENSIBILISATION

Les gouvernements, les entreprises et les représentants des consommateurs devraient collaborer en vue d'assurer l'éducation des consommateurs en matière de commerce électronique, de favoriser une prise de décision éclairée des consommateurs qui prennent part au commerce électronique et de sensibiliser davantage les entreprises et les consommateurs au cadre de protection des consommateurs qui s'applique à leurs activités en ligne.

Les gouvernements, les entreprises, les médias, les établissements d'enseignement et les représentants des consommateurs devraient utiliser tous les moyens efficaces pour assurer l'éducation des consommateurs et des entreprises, notamment les techniques novatrices rendues possibles par les réseaux mondiaux.

Les gouvernements, les représentants des consommateurs et les entreprises devraient oeuvrer ensemble pour mettre - à l'échelle mondiale - des informations à la disposition des consommateurs et des entreprises sur les lois et voies de recours applicables en matière de protection des consommateurs, sous une forme aisément accessible et compréhensible.

TROISIEME PARTIE MISE EN OEUVRE

Pour concrétiser les finalités de la présente Recommandation, les pays Membres devraient, au plan national et international, et en coopération avec les entreprises, les consommateurs et leurs représentant :

- a) revoir et, s'il y a lieu, promouvoir des pratiques d'autorégulation et/ou adopter et aménager des lois et pratiques qui soient applicables au commerce électronique, en tenant compte des principes de neutralité à l'égard de la technologie et du support ;

- b) encourager le secteur privé à continuer d'assumer un rôle pilote comprenant la participation des représentants des consommateurs dans la mise en place de mécanismes efficaces d'autorégulation qui comportent des règles de fond spécifiques pour les mécanismes de règlement des litiges et de conformité ;
- c) encourager le secteur privé à continuer d'assumer un rôle pilote dans le développement technologique en tant que moyen de protéger les consommateurs et de leur donner plus de pouvoir ;
- d) faire connaître le plus largement possible l'existence, les finalités et le contenu des Lignes directrices et encourager leur utilisation ;
- e) faciliter la possibilité pour les consommateurs aussi bien d'accéder à des moyens d'information et de conseil en matière de consommation que de déposer des plaintes relatives au commerce électronique.

QUATRIEME PARTIE COOPERATION MONDIALE

Afin d'assurer une protection efficace des consommateurs dans le contexte du commerce électronique mondial, les pays Membres devraient :

faciliter la communication, la coopération et, le cas échéant, l'élaboration et la mise à exécution d'initiatives conjointes au niveau international entre les entreprises, les représentants des consommateurs et les gouvernements.

par l'intermédiaire de leurs autorités chargées de la justice, de la réglementation et de sa mise en oeuvre, coopérer au niveau international, selon que de besoin, en échangeant des informations, en coordonnant leur action, en facilitant la communication et en prenant des initiatives conjointes pour lutter contre les comportements commerciaux transfrontières frauduleux, trompeurs et déloyaux.

utiliser les réseaux internationaux existants et conclure des accords et autres arrangements bilatéraux et/ou multilatéraux, selon les besoins et les circonstances, pour mettre en oeuvre cette coopération.

œuvrer à l'instauration d'un consensus, aux niveaux tant national qu'international, sur les protections essentielles des consommateurs, de manière à promouvoir les objectifs de renforcement de la confiance des consommateurs, de prévisibilité pour les entreprises et de protection des consommateurs.

coopérer et œuvrer à l'élaboration d'accords ou autres arrangements pour la reconnaissance mutuelle et l'exécution des jugements résultant de litiges entre consommateurs et entreprises, et des jugements résultants d'actes de puissance publique pris pour lutter contre les comportements commerciaux frauduleux, trompeurs ou déloyaux.